

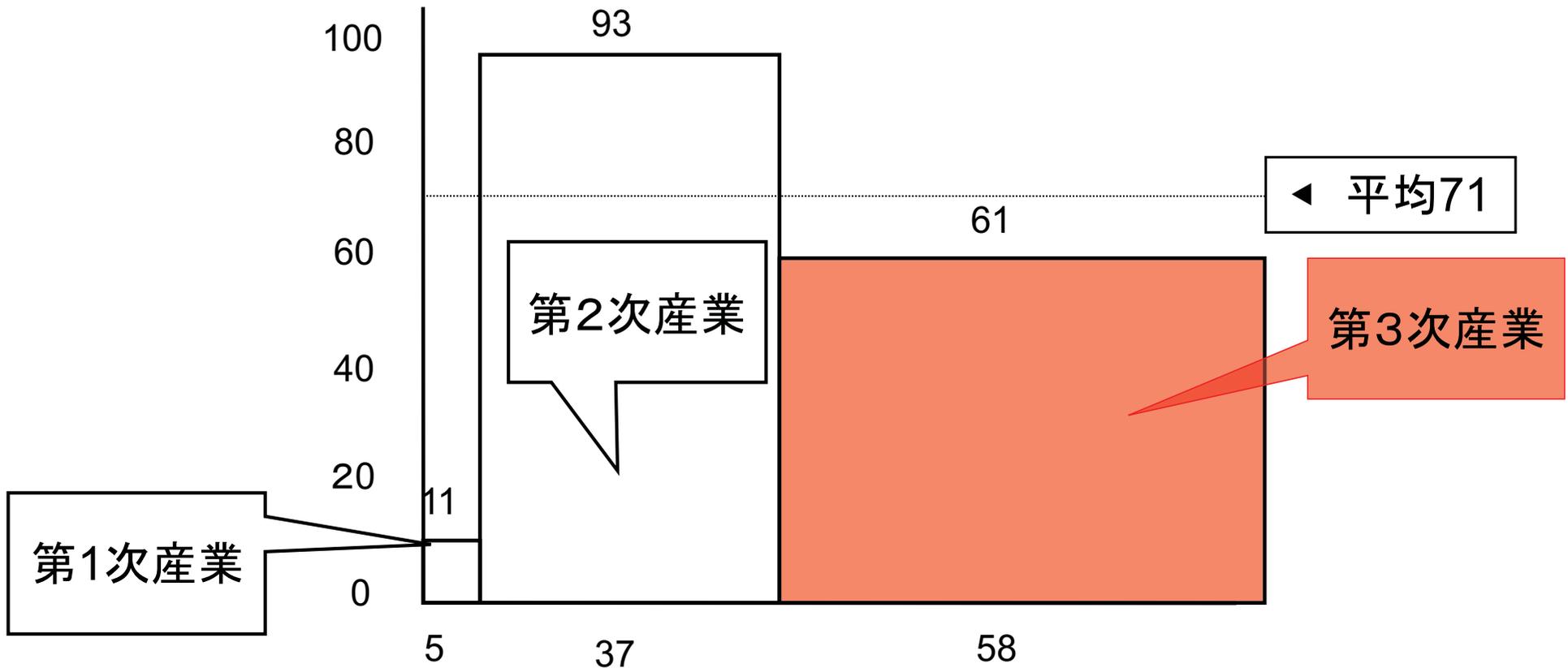
観光分野からの成長戦略

2012.02.23

星野佳路

日本の産業別労働生産性比較

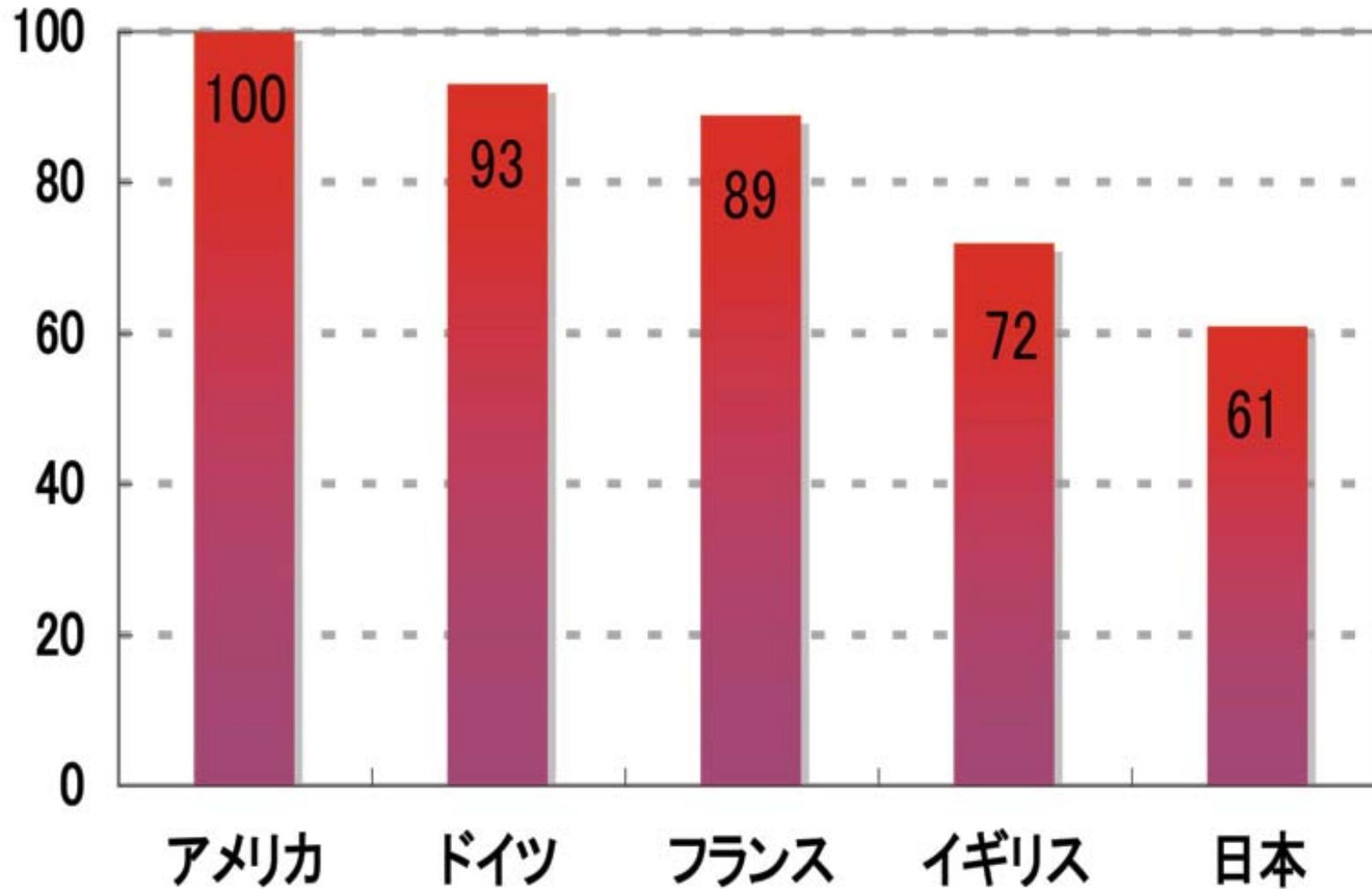
労働生産性



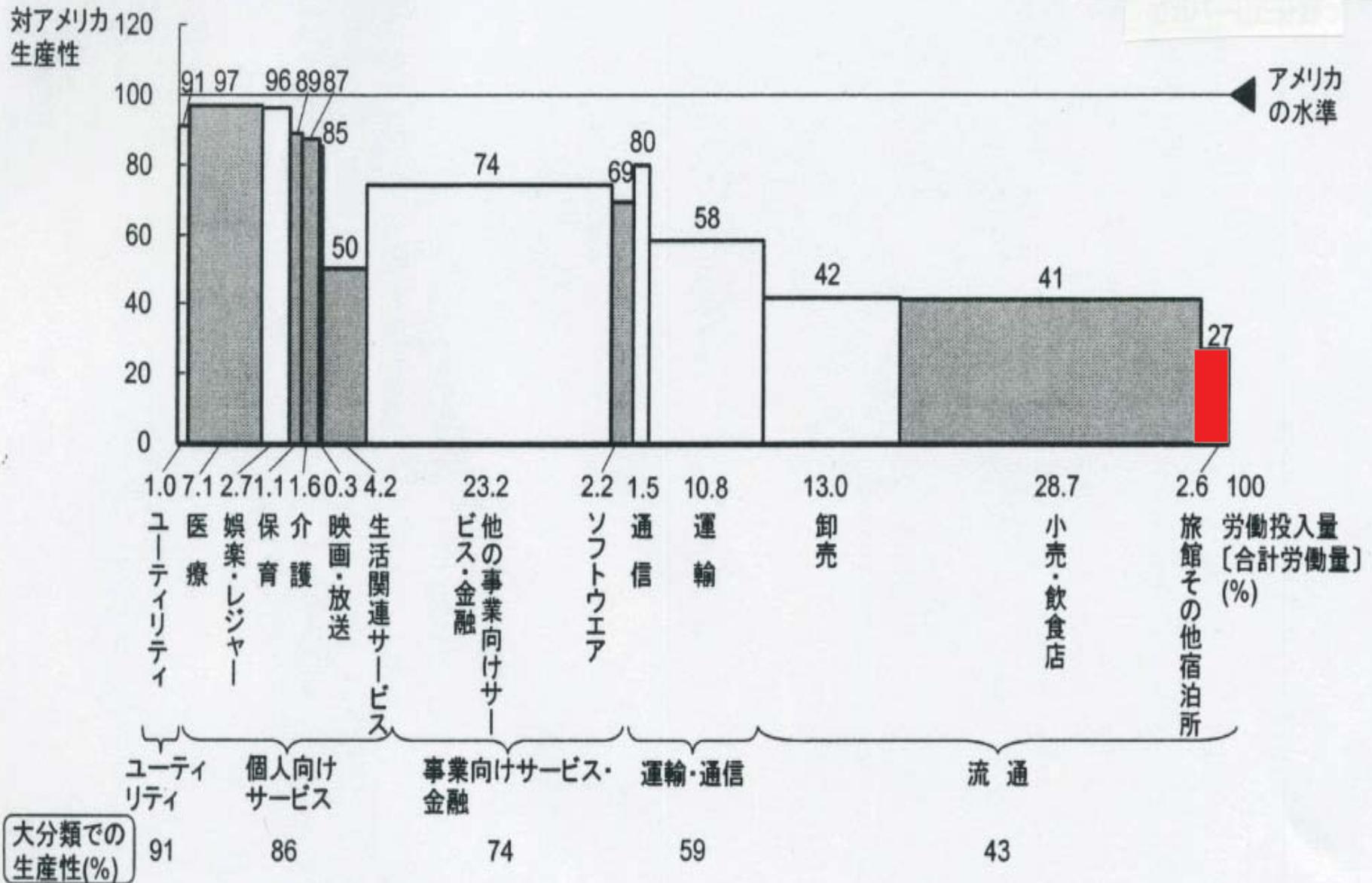
労働投入量時間 %

第3次産業 労働生産性 国別比較

単位：%

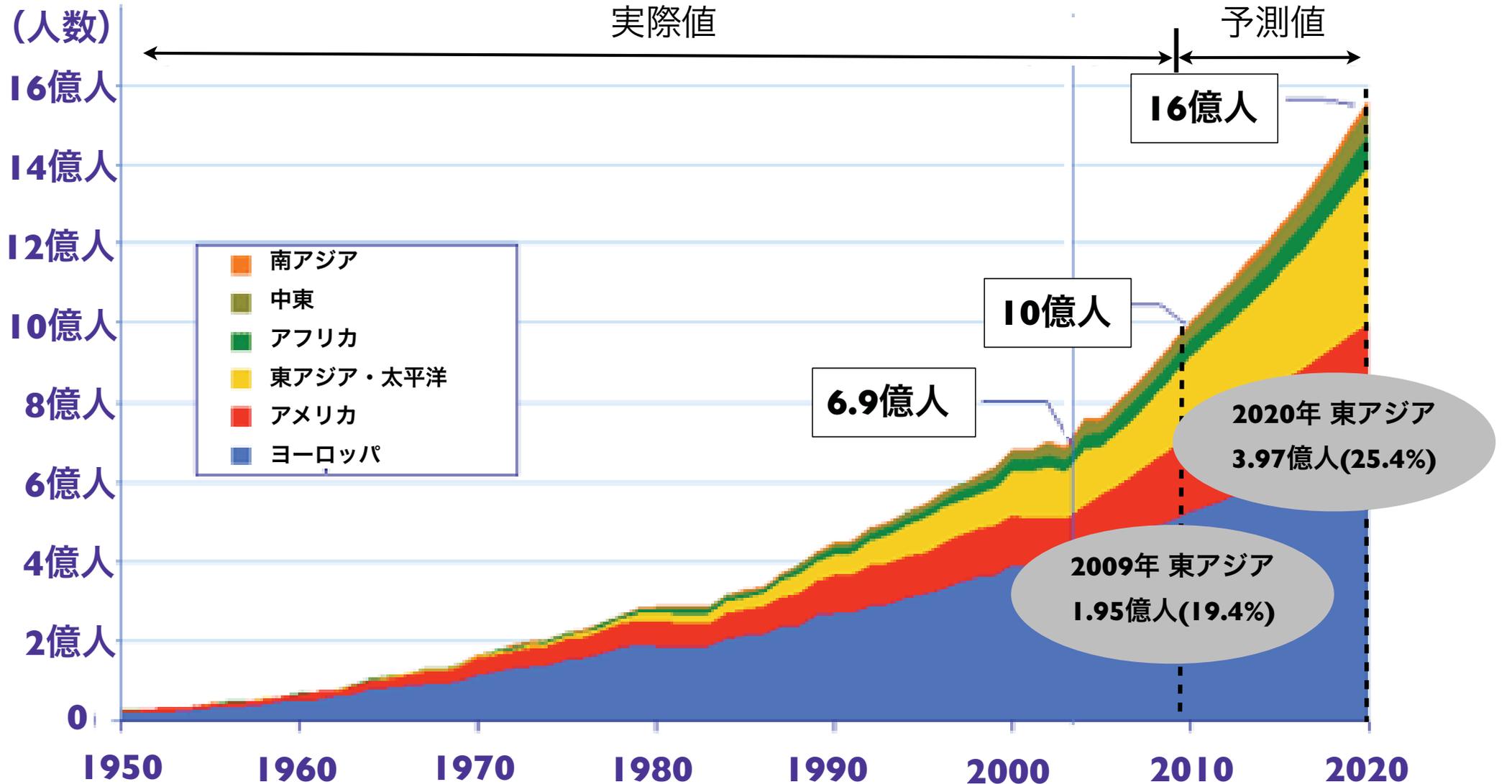


サービス業の生産性 中分類



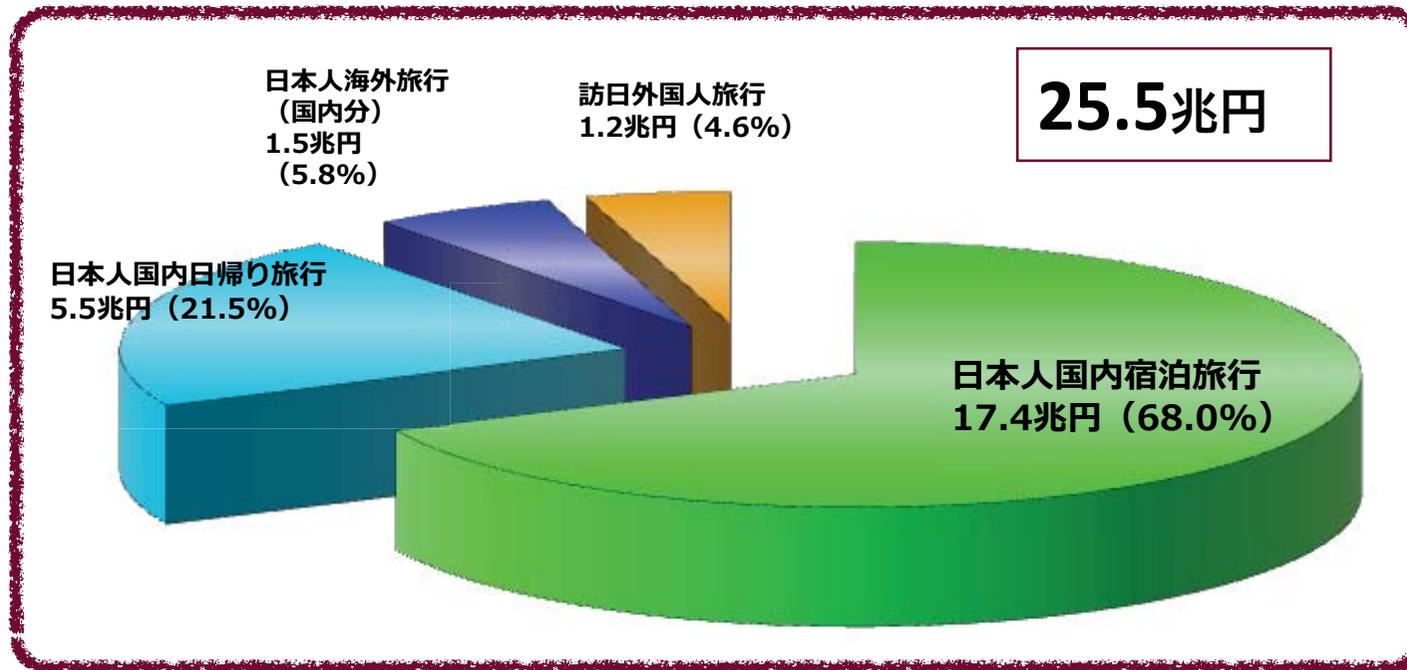
資料: 付属資料参照、マッキンゼー分析

急増する国際旅行市場



資料：世界観光機構 (UNWTO)

戦略の基本概念



大きく安定している国内旅行需要を利用し競争力を身につけ、インバウンド獲得競争にて勝ち抜く。

観光産業における競争力の課題

100日の黒字
265日の赤字

年末年始、ゴールデンウィーク、夏休み、それ以外の土日

上記以外の平日

観光産業への影響

1. 構造的低生産性/低収益
2. 投資不足
3. 派遣・臨時雇用への依存
4. 市場原理の不在

観光産業における競争力の課題

100日の黒字
265日の赤字

年末年始、ゴールデンウィーク、夏休み、それ以外の土日

上記以外の平日

消費者への影響

1. すべての価格が高い
2. 混雑（交通・観光地・宿）
3. 顕在化しない内需
4. 旅行商品の魅力低下

だから今こそ、需要の平準化策 大型連休の地区別取得

2010年

4月

5月

例えば、

5地区に分散すると

フランス、ドイツ、フィンランドなどすでにやっている！

日	月	火	水	木	金	土
25	26	27	28	29	30	1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
九州・沖縄・中国・四国の休み						
16	17	18	19	20	21	22
近畿の休み						
23	24	25	26	27	28	29
中部・北陸信越の休み						
	31	1	2	3	4	5
南関東の休み						
	7	8	9	10	11	12
北海道・東北・北関東の休み						

休暇分散取得についての政府の検討

2008年12月8日～ 2009年3月3日	休暇取得促進に関する有識者委員会	休暇取得の促進、取得分散の提案
2009年12月21日～ 2010年11月19日	国土交通省休暇分散化ワーキングチーム	休暇分散にあたっての関係省庁との連携／ヒアリングの実施
2009年10月26日～ 2010年5月17日	成長戦略会議（国土交通省）	成長戦略としての観光分野の中で、休暇分散の提案
2010年10月6日、 2010年12月16日	休暇改革国民会議	<p>休暇分散の国民的な合意形成</p> <p>「観光立国推進基本計画」及び「新成長戦略」に示された休暇取得の促進・分散化をはじめとした休暇改革に関する課題について幅広く検討し、国民的コンセンサスの形成を促進する。</p>

最終的に与党の成長戦略・経済対策PTにて検討。

民主党 成長戦略・経済対策PTで取りまとめられた案

ゴールデンウィークの国民への定着、分散化実施に伴う本支店間、取引先との取引など産業界への影響を考慮し、当面は秋の大型連休を先行的に検討・実施。地域数は2地域又は3地域。

改正案

「海の日」「敬老の日」「体育の日」は「国民の祝日」だが「休日」とはせず。この休日を地域別に分散して設定。

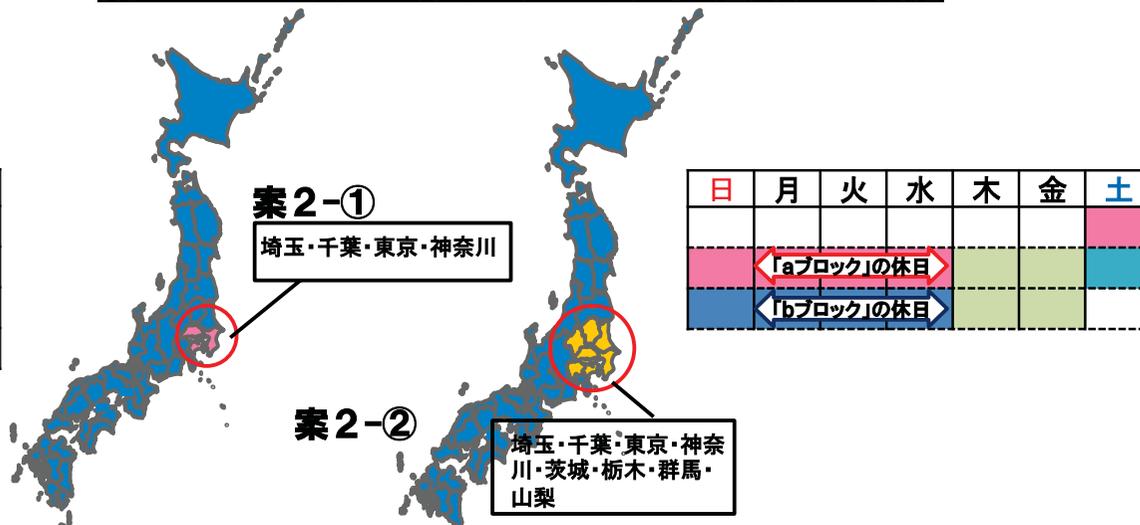
日	月	火	水	木	金	土
					年休取得促進	
休日	休日	休日				

「海の日」を充当
「敬老の日」を充当
「体育の日」を充当

案1：3ブロックに分けて、ブロック毎1週間ずらし実施



案2：2ブロック※に分けて、ブロック毎1週間ずらし実施



昨年震災前までの最終案は停止状態。

需要平準化

経済効果

消費者

旅行商品の
イノベーション

混雑解消

交通・宿泊料金低下

満足度
向上

埋蔵内需
顕在化

観光宿泊産業
の競争力

稼働向上
& 平準化

派遣中心から
正規社員中心へ

サービス質的向上

頑張る
施設は
利益増

設備投資

建設・金融
農業・製造
波及効果

訪日外国人集客

施設の
近代化

ソフトの
改善促進

世界市場
で魅力向上

観光立国
へ進展

休日の地域別分散で、混雑緩和等による新規需要創出や、旅行満足度向上等の効果が見込まれる。

混雑緩和で2.8兆円の新規旅行需要

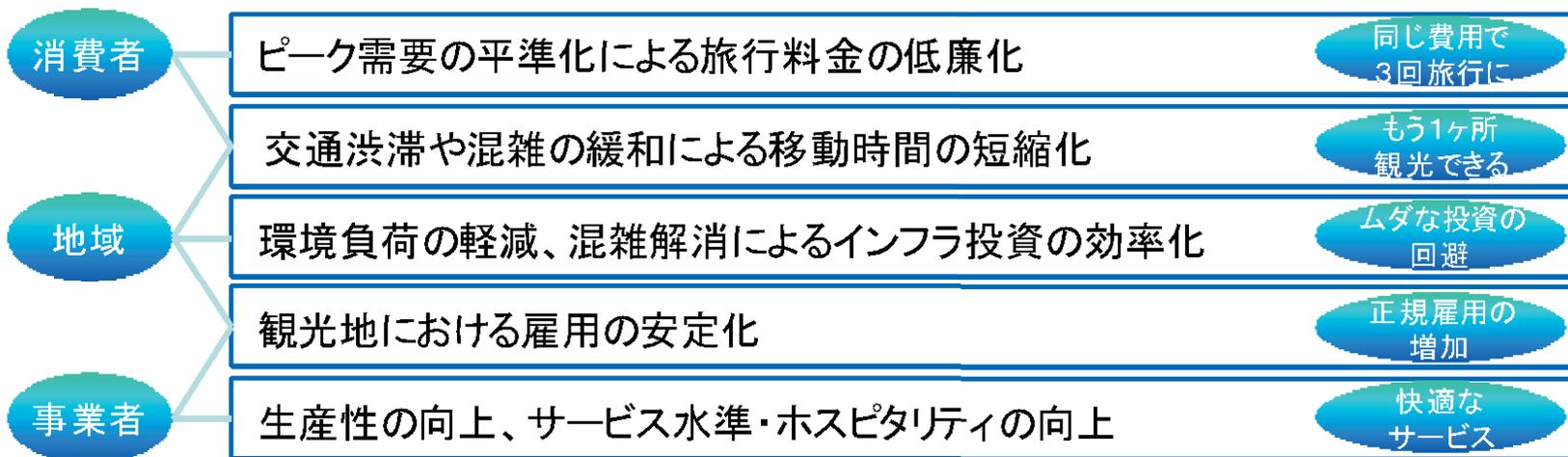
【春のゴールデンウィークの分散化】

- (実績)平成22年GWの国内旅行消費額 約1.4兆円
- (新規)交通緩和による新たな国内旅行需要 約1兆円

【秋の連休の設定】

- (実績)平成21年SWの国内旅行消費額 約1.4兆円
- (新規)新たに創出される国内旅行需要 約1.8兆円

需要平準化の効果



旅行満足度の向上、リピーターの増加
観光地の評価の向上
潜在需要の喚起(高い料金や混雑を敬遠していた層)

賛成の理由として、需要分散による内需拡大効果などがあげられている。

【経済界】

- ・ 内需拡大、ビジネス拡大につながる。レジャー産業、飲食業、小売業等各方面に経済効果が見込める。国民的合意があれば、デメリットはみんなで克服すべき。
- ・ 新しいビジネスモデルが生まれる可能性あり。やってみて、課題は修正しつつ、日本型に調整していけばよい。分散化でサービス業を増やして雇用増を。

【観光業界】

- ・ 需要分散の観点から歓迎。この機会に問題点を乗り越えていけばよい。

【教育界】

- ・ この機会にPTA活動に父親にも出てきてもらい、学びの場としてPTAを使えれば。

【鉄道業界】

- ・ 交流人口拡大が重要であり、分散化された場合の需要変動を想定して、列車数を調整するのはまさに鉄道事業者の使命。設備投資の無駄も削減できる。

【消費者】

- ・ 旅行費用の低廉化や混雑解消が実現すれば、旅行に行く回数・時間を増やせる。

反対の理由として、サプライチェーンや金融決済への影響、祝日の形骸化等があげられている。

【経済界】

- ・ ブロックを超える企業取引が機能しなくなり、ものづくり基盤や社会効率が低下するおそれがある。
- ・ 銀行休業日が地域ごとに異なるため金融決済や取引に影響が生じる。資金繰りなどが悪化する恐れがある。
- ・ 全国展開の企業では仕事の遅延や休日出勤に繋がる。
- ・ 日本はワークライフバランスの中でワークが減少している。ワークは辛いからライフを楽しもうでは国の将来はなくなる。仕事の中で喜びを見つけるべき。

【労働界】

- ・ 年次有給休暇の取得促進が最優先の取組ではないか。

【観光業界】

- ・ 人気のある観光地・宿泊施設とそれ以外の差がはっきりしてしまう。
- ・ ハッピーマンデーの三連休がなくなると旅行需要が減少する懸念がある。

【教育界】

- ・ 祝日の意義が薄れる、学校行事に影響がある、子どもの居場所の問題の3つを懸念。

成長の基本概念

- 製造業だけの経済成長から、農業とサービス業も含めた経済成長に転換していくために、社会制度や規制制度などを見直していくことで、健全な市場環境を整備し産業競争力を付ける。市場成長が確実な観光産業においては、需要の平準化が最も重要な市場環境整備である。